



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Museum Prasasti merupakan museum *open-air* yang sudah berumur 250 tahun dan berlokasi di pusat ibu kota negara Indonesia, yaitu Jakarta Pusat yang dikelilingi oleh berbagai kantor pemerintahan, serta objek vital negara. Lokasi menuju tempat wisata Museum Prasasti ini sangatlah mudah untuk dijangkau dari berbagai sisi, namun sangat disayangkan tempat ini tidaklah banyak dikunjungi oleh wisatawan, tidak seperti museum lainnya yang berada tidak jauh dari lokasi ini. Menurut Dinas Pariwisata dan Kebudayaan pada tahun 2019 pengunjung Museum Prasasti hanya mencapai 5420 pengunjung, sangat kecil apabila dibandingkan dengan Museum Nasional yang berada 1.2 km dari Museum Prasasti dengan jumlah 2.466.023 pengunjung, Museum Sejarah Jakarta dengan 401.259 pengunjung dan Museum Bahari dengan pengunjung sebanyak 14.288 orang. Selain itu Museum Prasasti menurut Dinas Pariwisata dan Kebudayaan merupakan objek wisata dengan pengunjung paling rendah di DKI Jakarta pada tahun 2019.

Pada observasi partisipatif yang telah dilakukan di lokasi ini, ternyata Museum Prasasti memiliki daya tarik tersendiri dan berbeda dari museum lainnya yang ada di Jakarta. Pengelola wisata ini menyatakan apabila Museum Prasasti memiliki koleksi-koleksi menarik seperti kereta jenazah Ir. Soekarno dan Drs. Mohammad Hatta, prasasti dan nisan dari berbagai tokoh penting seperti

Dr.H.F.Roll (seorang pendiri STOVIA), Kapiten Jas, Thomas Raffles, L.Launy dan sebagainya yang dibagi kedalam lima area. Selain itu suasana museum menggambarkan suasana masa lampau (kolonial Belanda).

Namun keunikan tempat ini sedikit terganggu dengan adanya prasasti dan batu nisan yang rusak oleh ulah pengunjung, ditambah tidak ada informasi jelas sama sekali pada koleksi museum, bahkan informasi seperti, denah museum atau *signage* sangat minim. Hal lain tidak banyak ditemukan informasi mengenai keunikan museum ini pada berbagai media, dan tidak adanya *official information* seperti; *website* resmi, buku digital atau cetak yang dapat dilihat oleh masyarakat, turut memperburuk keberadaan museum ini. Hal tersebut menyebabkan 71 dari 106 responden tidak mengetahui informasi tentang Museum Prasasti berserta koleksinya sebelum berkunjung.

Berdasarkan penelusuran awal diketahui terdapat media sosial Instagram, namun menurut pengelola museum, mereka jarang sekali *update* informasi, terbukti dari postingan terakhir pada tanggal 25 Desember 2019, yang berisikan ucapan selamat Natal. Selain itu, secara keseluruhan pengelola lebih banyak mengunggah foto para pengunjung dan ucapan hari besar. Sehingga faktor tersebut menjadi salah satu alasan sepi pengunjung museum karena sedikitnya informasi tentang Museum Prasasti.

Menurut Arsyad (2002), media merupakan kata jamak dari medium yang memiliki arti “perantara” atau “pengantar”, oleh sebab itu media dapat diartikan sebagai pengantar informasi, ide, pesan atau gagasan yang dibagikan kepada

berbagai macam golongan masyarakat menggunakan *hardware* atau *software*. Perkembangan teknologi ikut mendukung cepatnya dan luasnya informasi tersebut dibagikan dan tidak terhalang oleh jarak dan waktu sehingga media informasi sangat berperan dalam meningkatkan jumlah pengunjung dengan menyampaikan informasi mengenai kelebihan, keunikan, dan koleksi museum, sebab menurut Miller (2020) seseorang akan lebih tertarik untuk berkunjung secara langsung untuk melihat koleksi dan merasakan suasana museum.

Oleh sebab itu idealnya Museum Prasasti harus memiliki media yang berisikan informasi untuk pengunjung dan calon pengunjung museum. Media yang dapat meningkatkan *awareness* dan daya tarik wisatawan lokal atau internasional, menjelaskan museum beserta koleksinya, menghilangkan stigma di masyarakat. Sehingga pengunjung museum dapat bertambah dan ikut menjaga dan merawat koleksi museum.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Bagaimana perancangan media informasi yang tepat untuk Museum Prasasti agar banyak diketahui oleh masyarakat di Jabodetabek?

## **1.3. Batasan Masalah**

Agar tugas akhir ini dapat lebih fokus maka perlu adanya batasan-batasan masalah yang jelas mengenai apa yang akan penulis buat dan diselesaikan, adapun batasan-batasan masalah penelitian sebagai berikut ini:

### **1.3.1. Membuat Media Informasi**

Media yang digunakan penulis sebagai penempatan informasi Museum Prasasti sebagai berikut:

#### **1.3.1.1. Media Primer**

1. *Website*
2. *Aplikasi Smartphone*

#### **1.3.1.2. Media Sekunder**

1. Media sosial (Instagram, Facebook, Twitter)
2. Brosur
3. *Merchandise* (kaus, tas tote, tas serut, topi ember)

### **1.3.2. Segmentasi**

#### **1.3.2.1. Demografis**

1. Usia: primer 17-25 tahun
2. Jenis kelamin: pria dan wanita
3. Kelas sosial: B- sampai A-

#### **1.3.2.2. Geografis**

Penelitian akan dilakukan di Jabodetabek yang berfokus di Museum Prasasti, Jakarta Pusat.

#### **1.3.2.3. Psikografis**

Tugas akhir ini akan ditujukan kepada masyarakat yang memiliki hobi berwisata, baik untuk pendidikan, hiburan, dan menyalurkan hobi mereka.

#### **1.4. Tujuan Tugas Akhir**

Tujuan tugas akhir ini adalah membuat media informasi untuk Museum Prasasti agar banyak diketahui oleh masyarakat di Jabodetabek.

#### **1.5. Manfaat Tugas Akhir**

1. Bagi penulis: tugas akhir ini membantu penulis mengerti proses perancangan media informasi dari awal hingga selesai.
2. Bagi masyarakat: ini dapat memberikan gambaran bagaimana perancangan media informasi yang baik untuk sebuah museum.
3. Bagi universitas: tugas akhir ini dapat dipakai sebagai contoh untuk mahasiswa yang akan melaksanakan tugas akhir.